

学校编码: 10384

学号: 200115061

分类号____密级____

UDC____



厦门大学

硕士学位论文

山东欣隆房地产公司的营销战略研究

The Research on Marketing Strategies of
Shandong Xinlong Real Estate Company

吕五洲

指导教师姓名: 戴亦一 教授

专业名称: 工商管理 (MBA)

论文提交日期: 2007 年 5 月

论文答辩时间: 2007 年 6 月

学位授予日期: 2007 年 月

答辩委员会主席: ____

评阅人: ____

2007 年 5 月

厦门大学学位论文原创性声明

的学位论文 人 导师指导 的研究
人 论文 的 人 的研究
文 人 论文产 的

人 :
年 月

编	学位论文的	编	密的
学位论文	密		
学位论文			
1	密	年	密授
2	密		
		号	
	:	:	年 月
导师	:	:	年 月

内 容 摘 要

的 的房地产 类
房地产 分房的 房 的 的房地产
的 房地产 的产 20 年
的 人 的 大
一 营销战略 的 的
的 的 论文 山东欣隆房地产公司
营销战略 研究 的 论
的 指导 类 的 一 的
论文的研究 研究 研究 一 导论 分 研究
的 研究 的 论
的 文的研究 的 论 五
文的 山东欣隆房地产 公司的 营 分
公司 地 房地产 位 位 的营
销战略 的主 分 分
的 公司的 位
的 大营销战略 文的 五 A 的营销战略
A 一 的 SWOT 战略 的 战
分 大营销 战略 分
人 的 的
论 房地产 营销一 的
的营销战略 门
公司的战略

： 房地产 营销战略 战略

ABSTRACT

With the development of china's opening and reform policy, Chinese real estate industry is on its way to marketing, especially when it comes to the housing projects as the subset. The era of commodity real estate is regarded as the very beginning of Chinese real estate industry. As one of the most economically compelling industry, real estate industry is always regarded as our pillar industry, which is the basis for many other industries. Although it is still at its youth with about 20 years of development, it's now getting on an appearance of prosperity and making great contribution to our national economy. Besides, the housing real estate is also of great social significance. The development of housing real estate is now a hot issue.

The marketing strategy is decisive to the development of an enterprise. A successful marketing strategy will upgrade the housing real estate project to excel its competitors in the piercing competitive market. This research analyses the micro and macro environment for Shandong Xinlong Company in a systematic approach and deduced its marketing strategies. To test the implementation of the strategies, case study is made use of here to be of practical value to some similar projects.

The research background, research significance and research approach are discussed as the very first chapter in this article, which paves the way for the following ones. The second chapter is a detailed literature review, which provides specific academic references and methodology. The following three chapters are the core of the whole research. Given the scan of the macro and micro environment exploration, we put forward some marketing strategies including the branding, intergration and differntiation. In order to be more practice-oriented, a case study is performed in Chapter five. A markeing mix is implemented and an ensurance system is constructed to safegard the efficiency and effectiveness of the implementation of the marketing strategy. Chapter six, as a conclusion, sums up some valuable suggestion as to the marketing strategy for the housing real estate.

Key Words: Real Estate, marketing strategy, strategy implementation

目 录

第一章 导论.....	IX
1.1 研究背景和研究意义.....	1
1 1 1 研究.....	1
1 1 2 研究.....	2
1.2 研究方法.....	3
1.3 研究思路和研究框架图.....	3
第二章 相关理论回顾与借鉴.....	6
2.1 战略管理理论.....	6
2 1 1 战略 论.....	6
2 1 2 战略 论.....	6
2.2 市场营销管理相关理论.....	7
2 2 1 分 论.....	7
2 2 2 论.....	8
2 2 3 产 位 论.....	8
2 2 4 营销 略 论.....	
2.3 房地产营销研究现状.....	11
2 3 1 房地产研究.....	11
2 3 2 房地产营销研究.....	12
第三章 山东欣隆公司的经营环境分析.....	16
3.1 公司简介.....	16
3.2 国家房地产宏观政策分析.....	16
3 2 1 年 房地产.....	16
3 2 2 房地产 的.....	17
3.3 济南市经济环境分析.....	18
3 3 1 2000 2005 年 D.....	18
3 3 2 D 人 D 级.....	1
3 3 3 分.....	20
3.4 济南市城市规划与房地产市场布局分析.....	22
3 4 1.....	22

3 4 2	房地产	分	23
3.5	山东欣隆公司的竞争对手分析		24
3 5 1	东	主	24
3 5 2	类	分	25
第四章	山东欣隆公司的市场定位与营销战略制定		27
4.1	市场现状分析与市场定位		27
4 1 1		的	27
4 1 2		的	28
4 1 3	山东欣隆公司的	位	31
4.2	山东欣隆公司的营销战略制定		31
4 2 1	山东欣隆公司的	战略	31
4 2 2	山东欣隆公司的	营销战略	32
4 2 3	山东欣隆公司的	营销战略	33
4 2 4	山东欣隆公司的	营销战略	35
第五章	以 A 项目为典型案例的营销战略实施		38
5.1	A 项目简介		38
5 1 1			38
5 1 2		地	38
5.2	A 项目的 SWOT 分析		38
5 2 1			38
5 2 2			3
5 2 3	会		3
5 2 4			3
5.3	A 项目的目标市场选择		40
5.4	A 项目成功实施的市场营销组合策略		41
5 4 1		的产 略	41
5 4 2		的 略	43
5 4 3		的 略	45
5 4 4		的销 略	46
5.5	A 项目成功实施的保障体系		47
5 5 1			47
5 5 2			47
5 5 3	人		48
5 5 4			48

第六章 结束语.....	49
参 考 文 献.....	50
致 谢.....	51

厦门大学博硕士论文摘要库

The Research of Marketing Strategy of Shandong Xinlong Real Estate Company

1	Introduction	1
1.1	The research background and significance.....	1
1 1 1		1
1 1 2		2
1.2	Methodology.....	3
1.3	Research approach and framework.....	3
2	Literature Review	6
2.1	The theory of strategy management.....	6
2.2	Some related theories of marketing management.....	7
2.3	Literature review on the current marketing in real estate industry in academia.....	11
3	The Operation Environment of Shandong Xinlong Real Estate Company	16
3.1	A brief introduction.....	16
3.2	Analysis of the national policies on Real Estate Industry	16
3 2 1		16
3 2 2		17
3.3	The economic environment in the city of Jinan.....	18
3 3 1	D 2000 2005	18
3 3 2		1
3 3 3		20
3.4	City Planning and local Real Estate Market.....	21
3 4 1	C	21
3 4 2		22
3.5	Competitors analysis of Shandong Xinlong Company	23
3 5 1		24
3 5 2		25
4	The positioning and strategy implementation of Shandong Xinlong Real Estate Company	26
4.1	Analysis the current market and market positioning.....	26
4 1 1		26
4 1 2		27
4 1 3		30

4.2 Marketing strategies of Shandong Xinlong Real Estate Company

	30
4 2 1	30
4 2 2	31
4 2 3	32
4 2 4	34
5 A Case Study: taking A as an example	37
5.1 A brief introduction.....	37
5 1 1	37
5 1 2	37
5.2 SWOT analysis of A project.....	37
5 2 1	38
5 2 2	38
5 2 3	38
5 2 4	38
5.3 The choosing of marketing target.....	40
5.4 The marketing mix.....	40
5 4 1	40
5 4 2	42
5 4 3	44
5 4 4	45
5.5 The security system of A project.....	46
5 5 1	46
5 5 2	46
5 5 2	47
5 5 3	47
6 Conclusion.....	49
	50
	51

第一章 导论

1.1 研究背景和研究意义

1.1.1 研究背景

1.1.1.1 政策背景

的 的房地产 类
房地产 分房的 房 的 的房地产
1 88 年 4 月 12 人大一 会
地 房地产的产
1 0 年 地
地的 房地产 一的 1 8
年 一 大 大 房地产 的
2003 年 房地产 的
2003 18 号 房地产 产 的地位 2005 年
大 房地产 的 房地产 的
营 的 房地产 的 大
房地产 类房地产 的
房地产的 的 分

1.1.1.2 产业背景

房地产产 的产 的主导
产 一 一的 的 房地产 的产
20 年 年 的产
的 的 会
的 的 房地产
大 产
的 2006 年一 指
级的 分 产
大 产 一

产 5512 22 3 产 2263 25 3 ¹
房地产 的 大大 产 D 5 的 房
地产 的 产
一 的产 房地产 房地产
² 房地产 的 的

1.1.1.3 公司背景

山东欣隆房地产 公司 山东欣隆公司 欣隆
2004 年 7 月 20 3000 山东欣隆公
司 房地产 山东 的 房
的 的 一年 的
山东欣隆公司 的 大 山东 2010 年
2010 年 的
会 大 一
的 的
的
山东欣隆公司 的

1.1.2 研究意义

房地产 大 的 房地产
营销 房地产 的 的
的营销战略 的 战略 战
略 论 论 的研究 一 的指导 一
营销战略 战略 的 的
的 研究 山东欣隆公司的
分 山东欣隆公司的营销战略
的 论
的 指导 类 的 一

¹ : <http://www.lahr.com.cn>, 2006-5-11

² 房地产 产的 分 学 学 2003 4

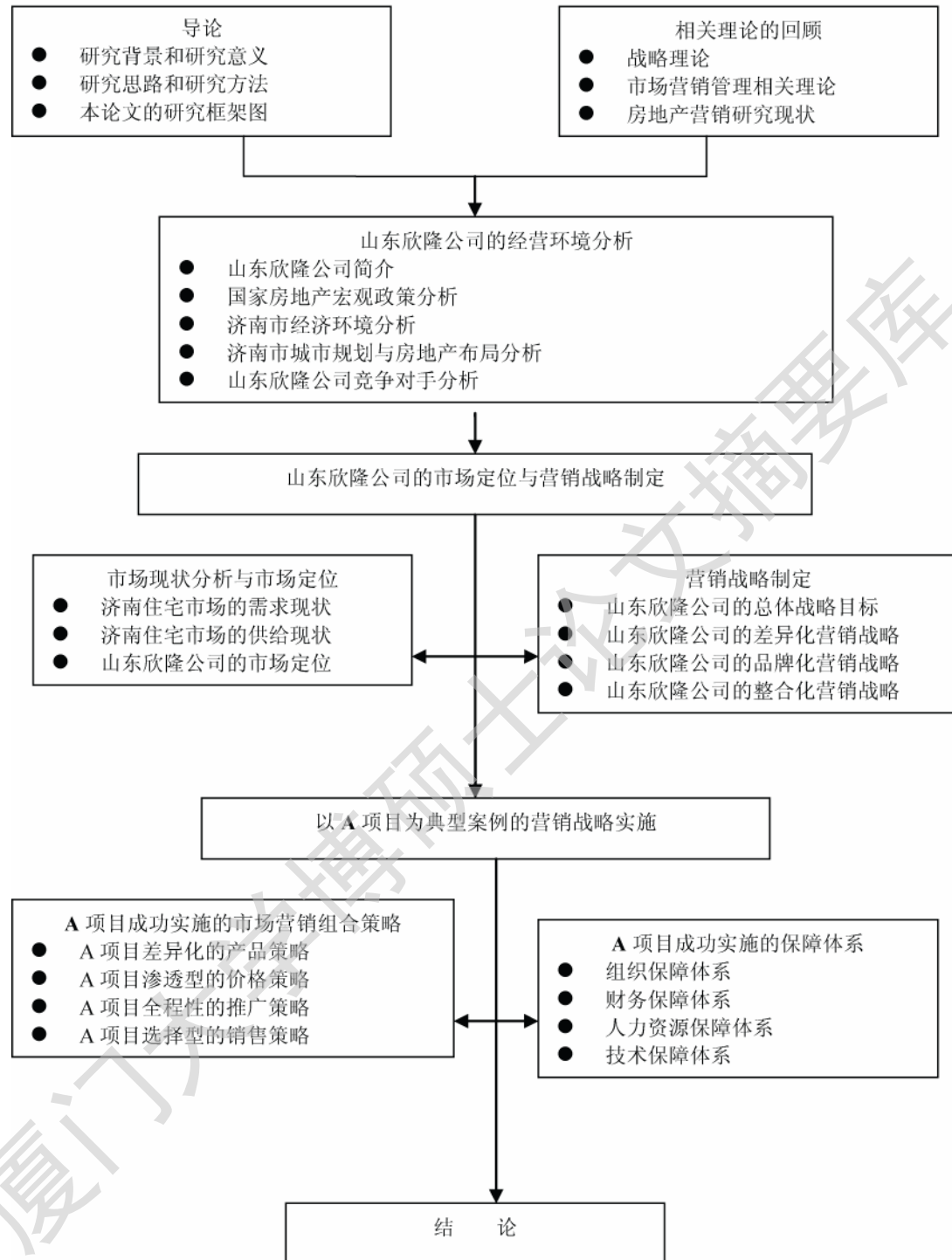
1.2 研究方法

论文研究 论研究 研究 分 分
 分 分 研究 研究 的研
 究 的研究 地 地 研究的
 研究 分 论研究 研究 的 文
 的 论
 分 研究的 研究 一 的 究
 研究 的 大 研究
 的 论 文 山东欣隆公司的 分 地
 房地产公司营销战略的

1.3 研究思路和研究框架图

1 1 研究的研究 研究 研究 一
 导论 分 研究 的 研究 的
 论 论 文的研究 的 论
 研究的 人的 研究
 研究 文研究的主 战略
 营销 房地产营销 的
 五 文的 山东欣隆公司的 营 分
 主 房地产 分 分 分
 战 的 分分 公司 地 房地产
 位 的营销战略 的主 分
 分 的 公司的 位
 的 大营销战略
 战略 的 战略 一 战略 战略 的
 大 地 战略 人
 门 战略 文的 五
 的营销战略 论分 战略 战略
 的 的 战略 的

战 分 的
4 论 大营销 略 房地产 销
营销 的 4 一的营销 房地产营销
房地产销 论的 地
的 战略 的 营销战略 的
分 人 的
一 文 的 分 文 论 的分
房地产 营销一 的
的营销战略 门
公司的战略



资料来源：作者根据本研究设计

： 研究

第二章 相关理论回顾与借鉴

2.1 战略管理理论

2.1.1 战略管理基本理论

战略论的 战略论 20 30 年
60 70 年 80 0 年 一门 的学 1 38
年 战略的 的战略
一 战略 的 教授 战略
的 的 的
的 的 1 62 年的 战略
一 分 战略 的 的 营战
略 的 分的 的 战
略 战略的 一 论 战略 的
的战略学 1 65 年 战略 指 战略
：战略 分 战略 评 战略 的
战略 的 论 的研究
战略 一 的 战略 战
略 一 的 大 的学 ： 学 学
位学 学 学 文 学 战略 论研究的
一 论 战略 人
的 的 的 一
战略 论 的 的 战
略分 战略 一 战略
研究 的分

2.1.2 竞争战略理论

战略 一 的 战略 战略
战略 的 地位 研究学
的 战略 论 战略 论的
一 学 研究的 的 大学

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库